



Airbus ładuje na rynku IT

CRN Polska rozmawia
z **ROLFEM VAN GENTEM**, DYREKTOREM
NETASQ NA EUROPE PÓŁNOCNĄ
I WSCHODNIĄ, oraz **PAWŁEM JURKIEM**,
WICEDYREKTOREM DS. ROZWOJU DAGMY,
na temat inwestycji Airbusa
w Netasq oraz Arkoon, która
poskutkowała powstaniem nowej
marki na rynku bezpieczeństwa IT
– Stormshield.

CRN Netasq dwa lata temu został przejęty przez Airbus Group, zaś od niedawna produkty tej firmy są oznaczone nową marką – Stormshield. Jaki jest zatem aktualny status Netasq i jak będzie wyglądała przyszłość tego brandu?

ROLF VAN GENT Airbus Defence and Space, jako jeden z podmiotów należących do Airbus Group, dokonał dwóch przejęć w obszarze bezpieczeństwa IT: dwa lata temu kupił firmę Netasq, a rok temu producenta oprogramowania ochronnego – firmę Arkoon Network Security. Stormshield to nazwa najnowszej linii urządzeń i równocześnie nowa marka urządzeń firewall/UTM firmy Netasq. Na razie nazwa Stormshield widnieje na produktach, które bazują na dotychczasowych doświadczeniach obu przejętych firm – nasze urządzenia są obecnie przedstawiane jako Netasq Stormshield. Natomiast w przyszłości marki Netasq i Arkoon będą stopniowo wycofywane na rzecz Stormshielda i potrwa to zapewne kilkanaście miesięcy.

PAWEŁ JUREK Korzystanie przez pewien okres przejściowy z połączonego logotypu Netasq Stormshield ma ułatwić klientom odnalezienie znanych im produktów pod nową nazwą. Sama firma Airbus Defence and Space oraz wchodzący w jej skład bardzo silny dział Cybersecurity są w Polsce mało znane, bo cały koncern kojarzy się głównie z lotnictwem. Dla nas plany Airbusa, aby zbudować pozycję europejskiego lidera w dziedzinie bezpieczeństwa IT, bazując na firmie Netasq, to dobra wiadomość.

CRN Jakie konkretnie korzyści Airbus, jako właściciel Netasq i Arkoon, zapewnia obu tym firmom?

ROLF VAN GENT Klienci na całym świecie zauważają, że mamy za sobą bardzo duży i poważny koncern. To daje poczucie stabilności i wpływa na pozytywne postrzeganie. Poza tym Airbus dużo inwestuje w połączone firmy. Właśnie jesteśmy w trakcie rekrutacji nowych osób do działów R&D. Dzięki nim chcemy nasze produkty wyposażać w dodatkowe funkcje, zwiększyć poziom bezpieczeństwa itd. Cała ta sytuacja pozytywnie wpłynęła na wyniki sprzedaży za ostatnie miesiące. Co ciekawe, efekt synergii spowodował też, że w 2014 r. zdobyliśmy wielu klientów, którzy już wcześniej byli klientami Airbusa. Natomiast operacyjnie nadal pozostajemy samodzielnym podmiotem.

CRN Czy po tych przejęciach nastąpiły jakieś zmiany w strategii produktowej?

ROLF VAN GENT Arkoon wniósł do portfolio wiele innowacyjnych technologii, na bazie których powstało m.in. rozwiązanie Stormshield Endpoint Solution. Wcześniej Netasq był znany głównie z UTM-ów i firewalli. Dzięki połączeniu firm mamy teraz trzy linie produktowe z rozwiązaniami, które umożliwiają ochronę sieci, danych i urządzeń końcowych.

CRN A czy zmieniło się cokolwiek w strategii sprzedażowej, przede wszystkim dotyczącej współpracy z kanałem partnerskim?

ROLF VAN GENT Dla klientów i partnerów z Polski nic się nie zmienia. Dagma pozostaje naszym jedynym dystrybutorem i będzie nadal odpowiadać za realizację programu partnerskiego. Natomiast wprowadziliśmy pewne zmiany w procesach →

Airbus chce być europejskim liderem w dziedzinie bezpieczeństwa

Paweł Jurek



→ handlowych we Francji, ponieważ Arkoon częściowo prowadził tam sprzedaż bezpośrednią, a my – jako nowa firma – docieramy do klientów wyłącznie poprzez kanał dystrybucyjny, tak jak dotychczas robił to Netasq.

CRN Czy dla partnerów i klientów ewentualną przeszkodą może być francuskie pochodzenie obu firm? W dziedzinie bezpieczeństwa prym wiodą raczej podmioty amerykańskie, izraelskie, niemieckie czy rosyjskie...

ROLF VAN GENT Netasq i Arkoon były francuskimi firmami, ale już Airbus przedstawia się jako podmiot europejski, z działami R&D i fabrykami w Wielkiej Brytanii, Francji i Niemczech. I tak samo chcemy budować pozycję marki Stormshield. Jest to bardzo ważne dla naszych klientów, bo po wielu wydarzeniach ostatnich lat zdecydowanie bardziej preferują oni firmy rdzenie europejskie, a nie z USA czy Izraela.

PAWEŁ JUREK Potwierdzam, polscy klienci uważnie obserwują zmiany na scenie politycznej, jak też ważne wydarzenia społeczne i również przez ich pryzmat podejmują decyzje zakupowe. Takie wydarzenia jak sprawa Edwarda Snowdena czy rosyjska agresja na Ukrainie mogą mieć wpływ na to, że klienci częściej wybierają będą rozwiązania europejskie. Podobny proces zauważamy też na pokrewnych rynkach, np. oprogramowania antywirusowego.

CRN Czy europejskie pochodzenie może wam dawać przewagę, np. w przetargach publicznych?

ROLF VAN GENT Częściowo daje, chociaż chciałbym, aby wpływ europejskich korzeni był znacznie większy. Tak jest np. w USA, gdzie zdecydowanie bardziej preferowane są amerykańskie rozwiązania. Nie mam pojęcia, czemu w Europie tak nie jest, bo w kontekście bezpieczeństwa ma to ogromne znaczenie. W końcu chronimy nasze własne dane.

CRN Resellerzy, szczególnie ci mniej doświadczeni, często wskazują na problemy z wybraniem właściwego dostawcy zaawansowanych rozwiązań. Ogólnodostępne materiały marketingowe są podobne, bo zawierają opisy takich samych funkcji, co utrudnia efektywne porównanie oferty różnych marek. Na jakie obszary wasi partnerzy powinni zwracać uwagę i czym rozwiązania Stormshield różnią się od innych?

ROLF VAN GENT Oczywiście konieczna jest przynajmniej szczerą znajomość aspektów technicznych związanych z danym produktem, aby możliwe było zaprezentowanie klientowi płynących z niego korzyści i późniejsze wdrożenie określonego rozwiązania. Znający je reseller może wówczas porównać nie tylko ulotkę, ale również skupić się na mechanizmach działania poszczególnych funkcji. Jednocześnie bardzo istotne jest poważne traktowanie przez producenta zarówno partnerów, jak i klientów. Rozumiem przez to także pełne zaangażowanie dystrybutora w kreowanie lokalnego rynku oraz dostosowanie produktów do sprzedaży.

Fot. Focus Images Tomasz Pisiński

PAWEŁ JUREK Ulotki są faktycznie do siebie coraz bardziej podobne, dlatego zachęcamy, aby oprócz samego produktu reseller brał również pod uwagę wsparcie sprzedaży zapewniane przez dystrybutora. Żaden inny producent UTM-ów nie wykazał się tak dużym zaangażowaniem w polski rynek jak Netasq wspierany przez Dagmę. Dzięki temu mamy zlokalizowany interfejs użytkownika oraz zapewnione eksperckie wsparcie przed i posprzedażowe. Zapewniamy też skuteczną ochronę projektów i marży partnera. Prowadzimy szkolenia, które dostarczają wiedzę potrzebną na każdym etapie procesu sprzedaży i wdrożenia. Dla marki Stormshield mamy autoryzowane centrum treningowe Netasq w Katowicach, ale organizujemy też szkolenia w Gdańsku, Poznaniu i Warszawie. Inżynierowie, oprócz tego, że prowadzą szkolenia, świadczą także zaawansowane usługi wsparcia. Dlatego nie odsyłamy do Netasq pytań, które wysyłają do nas partnerzy i klienci, ale sami staramy się rozwiązać jak najwięcej problemów.

CRN Na jakie wyzwania w obszarze bezpieczeństwa resellerzy i klienci powinni przygotować się w 2015 roku?

ROLF VAN GENT Niestety, cały czas mamy do czynienia z coraz szybszym wzrostem liczby rodzajów zagrożeń. Rośnie także liczba fizycznych i wirtualnych obiektów, które mogą zostać zaatakowane, oraz poziom skomplikowania ataków, a one same stają się coraz bardziej „inteligentne”. Dlatego co-

raz większym wyzwaniem jest skuteczna ochrona własności intelektualnej przez firmy. W dostępnych na rynku systemach zabezpieczających zaimplementowanych zostało już wiele ciekawych technologii, które mogą pomóc nam także w przyszłości, jednak skorzystanie z nich wymaga dużych umiejętności i wyobraźni.

PAWEŁ JUREK Same ataki coraz częściej są ukierunkowane, więc nie ma sensu bazowanie na predefiniowanych sposobach działania przeciwko konkretnym zagrożeniom, bo te za każdym razem są inne. Jeżeli firma nie ma zaawansowanej ochrony IPS, coraz trudniej będzie jej się obronić.

CRN A czy rozkład sił w wojnie przeciwko przestępcom jest wyrównany czy też któraś z grup wygrywa?

ROLF VAN GENT Nie sądzę, żebyśmy mieli do czynienia z wyrównaną walką. Dane, dzięki którym firmy są w stanie zaspokajać potrzeby swoich klientów, są ciągle zagrożone. Niestety, „ciemna strona mocy” dziś wygrywa, zyskując przy tym ogromne pieniądze. Dodatkowo ilość wartościowych danych rośnie w związku z takimi trendami jak Big Data. Poza tym na świecie wciąż występują problemy z zatrudnieniem ekspertów ds. bezpieczeństwa. Analitycy szacują, że mogą one potrwać nawet przez kolejnych 10–20 lat...

ROZMAWIAŁ KRZYSZTOF JAKUBIK

DISTREE
EMEA

24-27 February 2015
GRIMALDI FORUM, MONACO

Connecting Consumer Channels



1,000 channel executives

fresh
SMART CHANNELS

GfK

60" TO CONVINCE

More content & insights



More exhibitors & gadgets

MEDIA PARTNER

CRN

www.distree-emea.com

@DISTREE_EMEA